

Economia Criativa e Boas Práticas em Ações Culturais para Comunidades Tradicionais

Trilha 02

Agentes Comunitários Culturais



Secretaria de Estado da
Cultura e Economia Criativa



ESTADO DE
ALAGOAS



POLÍTICA NACIONAL
ALDIR BLANC
DE FOMENTO À CULTURA

MINISTÉRIO DA
CULTURA





COMUNIDADE | Geração de valor

Cultura

Saberes e conhecimentos
Expressões culturais
Território e organização



COMUNIDADE | Potencialidades

Cultura e Valor | Saberes e Conhecimentos

Saberes tradicionais



Renda de bilro
@rendadebilroal

Técnica e modos de fazer



Cerâmica tradicional
@joaodasalagoas.capela.alagoas

Memórias



Memória oral
@jorgevalmariolisboasantos

COMUNIDADE | Potencialidades

Cultura e Valor | Expressões Culturais

Gastronomia



Culinária tradicional

Aldeia Mata da Cafurna – Xukuru-Kariri

Música e dança



Coco alagoano

@licoal_al @zezadococo_ofc

Festas e celebrações



Festa do Meado de Agosto

@quilombolunga

COMUNIDADE | Potencialidades

Cultura e Valor | Território e Organização

Território



Comunidade Indígena
Aldeia Mata da Cafurna
Xukuru-Kariri



Organização/Modo de vida



Celebração Indígena e religiosidade
Aldeia Mata da Cafurna – Xukuru-Kariri
[@coletivoculturalindigena](#)



TERRITÓRIO | Dinâmicas socioculturais

CULTURA ↔ TERRITÓRIO ↔ IDENTIDADE ↔ MODOS DE VIDA

TERRITÓRIO | Dinâmicas socioculturais

Não existe
isoladamente



CULTURA ↔ **TERRITÓRIO** ↔ **IDENTIDADE** ↔ **MODOS DE VIDA**

TERRITÓRIO | Dinâmicas socioculturais

Não existe
isoladamente



Não é apenas
um espaço físico



CULTURA ↔ **TERRITÓRIO** ↔ IDENTIDADE ↔ MODOS DE VIDA

TERRITÓRIO | Dinâmicas socioculturais

Não existe
isoladamente



Não é apenas
um espaço físico



CULTURA ↔ **TERRITÓRIO** ↔ IDENTIDADE ↔ MODOS DE VIDA



Lugar onde acontecem
a reprodução **cultural,**
social e econômica
das comunidades.

TERRITÓRIO | Dinâmicas socioculturais

Não existe
isoladamente



CULTURA



Não é apenas
um espaço físico



TERRITÓRIO



IDENTIDADE



MODOS DE VIDA



Lugar onde acontecem
a reprodução **cultural,**
social e econômica
das comunidades.

TERRITÓRIO | Dinâmicas socioculturais

Não existe
isoladamente



CULTURA



Não é apenas
um espaço físico



TERRITÓRIO



IDENTIDADE



MODOS DE VIDA



Lugar onde acontecem
a reprodução cultural,
social e econômica das
comunidades.



Significado
Saberes/práticas

TERRITÓRIO | Dinâmicas socioculturais

Não existe
isoladamente



CULTURA



Não é apenas
um espaço físico



TERRITÓRIO



IDENTIDADE



MODOS DE VIDA



Lugar onde acontecem
a reprodução cultural,
social e econômica das
comunidades.

Significado
Saberes/práticas

TERRITÓRIO | Dinâmicas socioculturais

CULTURA ↔ TERRITÓRIO ↔ IDENTIDADE ↔ MODOS DE VIDA

base

Comunidades **tradicionais**



COMUNIDADES | Tradicionais

São grupos que possuem **formas próprias de organização** social, cultural e territorial.

Saberes e conhecimentos próprios;
Modos específicos de relação com o território;
Práticas culturais transmitidas entre gerações;
Formas próprias de organização;
Relações específicas com recursos naturais e culturais.

COMUNIDADES | Tradicionais

Comunidades/Povos Indígenas

Kariri-Xocó, Porto Real do Colégio/AL.



COMUNIDADES | Tradicionais

Comunidades Quilombolas

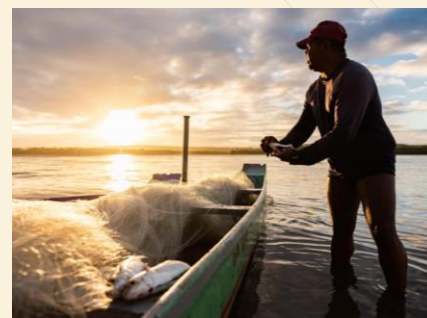
Muquém, União dos Palmares/AL.



COMUNIDADES | Tradicionais

Comunidades de Pescadores

Pontal da Barra, Maceió/AL.



COMUNIDADES | Tradicionais

Comunidades Ribeirinhas

Povoado Ilha do Ferro, Pão de Açúcar/AL.



COMUNIDADES TRADICIONAIS

Atuações culturais | Territórios

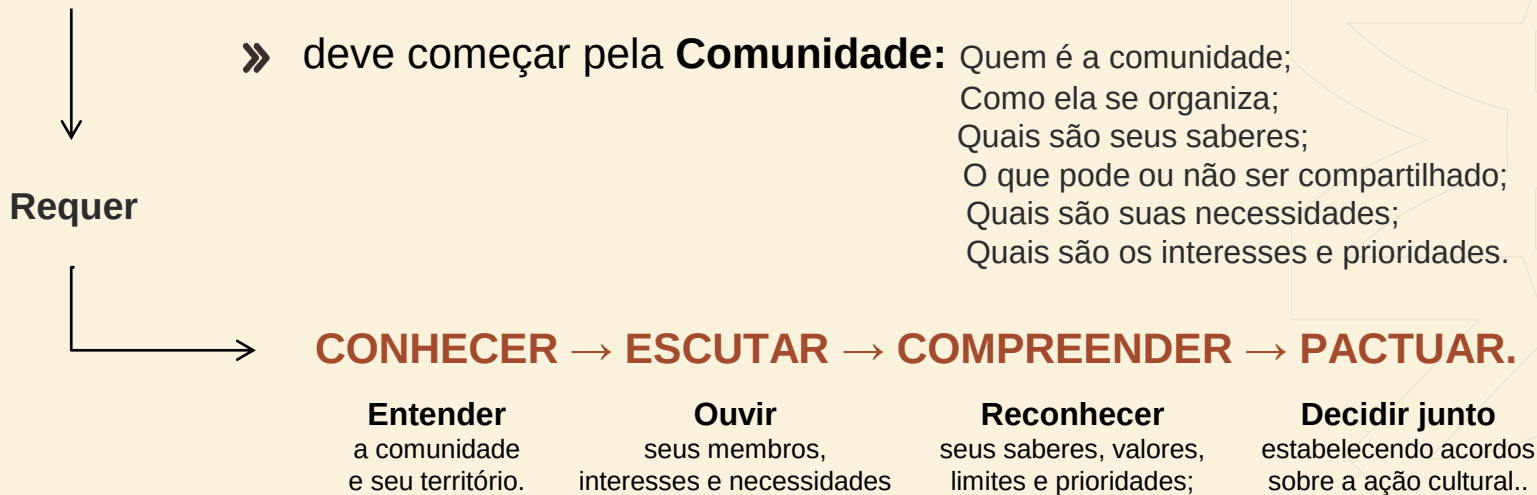
Ação cultural » não deve começar pela proposta externa.

» deve começar pela **Comunidade**: Quem é a comunidade;
Como ela se organiza;
Quais são seus saberes;
O que pode ou não ser compartilhado;
Quais são suas necessidades;
Quais são os interesses e prioridades.

COMUNIDADES TRADICIONAIS

Atuações culturais | Territórios

Ação cultural » não deve começar pela proposta externa.

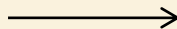


ECONOMIA CRIATIVA

Cultura + Criatividade + Valor

É a possibilidade de transformar **criatividade, conhecimentos, expressões culturais e recursos simbólicos** em iniciativas capazes de **gerar**:

- » Valor cultural
- » Valor social
- » Valor econômico



Desenvolvimento territorial
Valor territorial

Gerar valor não significa transformar tudo em mercadoria.

ECONOMIA CRIATIVA | Dimensões

Uma **iniciativa cultural** pode produzir diferentes **formas de valor**:

Valor cultural

- Preservação;
- Memória;
- Identidade;
- Transmissão de saberes.

Valor social

- Participação;
- Inclusão;
- Cooperação;
- Fortalecimento comunitário.

Valor econômico

- Trabalho;
- Renda;
- Produção;
- Circulação de recursos.

Valor territorial

- Valorização do território;
- Fortalecimento das potencialidades locais
- Permanência e autonomia.

ECONOMIA CRIATIVA | Onde identificá-la?

Os conhecimentos e expressões culturais podem estar presentes:

Artesanato

Renda Filé

Pontal da Barra, Maceió/AL



Gastronomia

Sururu

Alagoano

ECONOMIA CRIATIVA | Onde identificá-la?

Os conhecimentos e expressões culturais podem estar presentes:



Dança
Guerreiro
de Alagoas

Música
Mestra Zeza
Coco Alagoano



ECONOMIA CRIATIVA | Onde identificá-la?

Os conhecimentos e expressões culturais podem estar presentes:

Produção cultural

Teatro de bonecos

Trupe Canguelê, Alagoas.



Turismo de base

Território Indígena

Coletivo Wetçamy, Xukuru-Kariri.
Palmeira dos Índios/AL

MAPEAMENTO CULTURAL

O **recurso cultural** » não é apenas o produto final.
(artesanato, dança, música etc)

» envolve: quem produz, como produz, onde produz e quais significados estão envolvidos.



MAPEAMENTO

E o que pode ser mapeado?

*Pessoas/mestres detentores de saberes;
Grupos/coletivos; Espaços/territórios;
Práticas culturais; Ritos/celebrações;
Técnicas/modos de fazer;
Recursos disponíveis;*

MAPEAMENTO CULTURAL

Mapear » não significa apenas listar elementos culturais.
» é necessário compreender:

*Quem possui determinado saber;
Como ele é transmitido;
Qual sua importância para a comunidade;
Quais são as regras para sua utilização;
Quais recursos são necessários;
Como garantir sua continuidade;
O que pode ou não ser compartilhado externamente.*



O conhecimento produzido pelo **mapeamento** deve **servir à comunidade**.

VALORIZAÇÃO CULTURAL

Ética, Respeito e Autonomia

Valorização econômica

≠

- » Geração de renda e oportunidades **a partir da cultura**, respeitando sua autonomia e seus significados.

Reconhecer o valor cultural; Gerar benefícios para a comunidade;
Respeitar os modos de fazer; Garantir remuneração justa;
Preservar autonomia; Respeitar limites e decisões comunitárias.

- ### Comodificação
- » Transformação da **cultura em mercadoria**, priorizando o interesse comercial sobre seus significados.

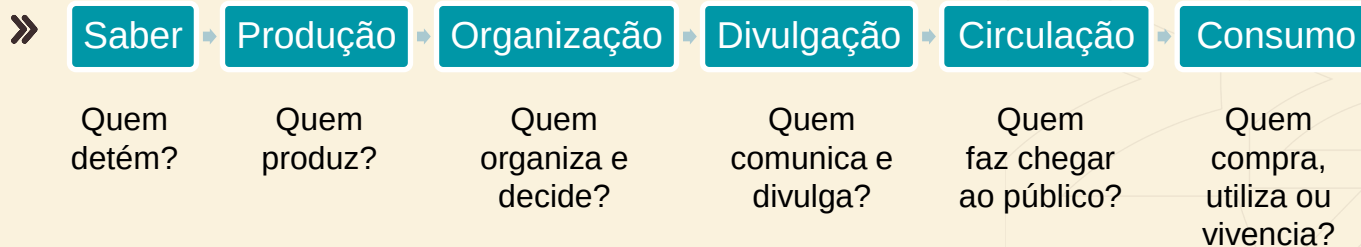
Apropriação; Descontextualização; Exploração; Perda de controle comunitário; Distribuição desigual dos benefícios.

CADEIA DE VALOR CULTURAL

- Comunidade** » decide o que, como e quando compartilhar.
» membros como os próprios atores das ações culturais

Cadeia

A geração de valor deve considerar a participação e a remuneração daqueles que produzem a cultura.



Retorno

Quem é remunerado?
Como os benefícios são distribuídos?



AÇÃO | Planejamento Participativo

- Comunidade** » não deve ser apenas público ou beneficiária da ação.
» deve *participar* da construção da iniciativa.

DIAGNÓSTICO → ESCUTA → PRIORIDADES → OBJETIVOS
→ PLANEJAMENTO → EXECUÇÃO → AVALIAÇÃO

- Planejamento** » deve *considerar*:
Necessidades reais;
Interesses da comunidade;
Saberes existentes;
Recursos disponíveis;
Limites culturais e territoriais.

IDEIA | Ação Proposta e Projeto

Responder ≡

O que? Qual ação será realizada?

Por quê? Qual problema ou necessidade será enfrentado?

Para quem? Quem participa ou será beneficiado?

Como? Quais atividades serão realizadas?

Quando? Qual o cronograma?

Com quem? Quem serão os responsáveis e parceiros?

Com quais recursos? Quanto custa e quais recursos estão disponíveis?

PROJETO CULTURAL | Recursos e Captação

Identificar » estrutura necessária à execução

*Equipe; Materiais; Equipamentos; Serviços; Infraestrutura;
Transporte; Comunicação; Recursos financeiros.*

fontes de captação

» *Editais; Patrocínios; Parcerias; Recursos institucionais;
Outras formas de financiamento.*

PARCERIA = COOPERAÇÃO + RESPONSABILIDADE + AUTONOMIA

PROJETO CULTURAL | Recursos e Captação

OPORTUNIDADES DE FOMENTO



25 de setembro de 2026

OPORTUNIDADES NACIONAIS

SELEÇÃO DE PROJETOS INCENTIVADOS 2026

Fundação de Desenvolvimento Educacional e Cultural do Sistema de Crédito Cooperativo - Fundação Sicredi

O edital objetiva selecionar dentre outros projetos culturais, via captação pelas seguintes leis e fundos: Lei de Incentivo à Cultura, Lei de Incentivo ao Esporte, Fundo dos Direitos da Criança e do Adolescente (FMDCA), Fundo dos Direitos da Pessoa Idosa, PRONON – Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica, PRONAS – Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência. Podem participar do edital pessoas jurídicas, sendo entidades associadas, públicas ou privadas.

[Saiba mais](#)

Inscrições até 30/09/2026

AMBEV BRASILIDADES 2026

Companhia de Bebidas das Américas - AMBEV

O edital objetiva selecionar projetos de cultura e esporte que celebrem a brasilidade inerente ao nosso povo e que reflitam, por meio da cultura e dos esportes, a diversidade cultural e a identidade nacional. Os projetos inscritos devem estar aprovados em leis estaduais de incentivo à cultura e/ou esporte acessíveis para captação, com prazo de captação vigente para 2026 e saldo a captar. Podem participar deste edital pessoas jurídicas com ou sem fins lucrativos, incluindo organizações públicas. O valor global do edital é R\$ 67,5 milhões.

[Saiba mais](#)

Inscrições até 30/09/2026

PROJETOS INCENTIVADOS 2026

MAPFRE

O edital objetiva selecionar e patrocinar projetos aprovados nas seguintes Leis de Incentivo: Lei Federal de Incentivo à Cultura, Lei Federal de Incentivo ao Esporte, Lei Federal de Incentivo à Reciclagem, Fundo da Infância e Adolescência (FIA), Fundo do Idoso, PRONAS, PRONON. Podem participar da seleção somente pessoas jurídicas. No caso de projetos culturais, serão priorizados projetos de artes cênicas, artes visuais e música.

[Saiba mais](#)

Fontes de Captação

Editais de Cultura

IPHAN, Formulário/Envio Eletrônico

OPORTUNIDADES ESTADUAIS

BAHIA

CONEXÃO SSA CRIATIVA

Prefeitura de Salvador e Sebrae

O edital objetiva por empresários da economia criativa soteropolitana em contato com mercados nacionais, em 4 missões empresariais: Formemus e Mercado Nicho, eventos do setor da música, realizados, respectivamente, em Vitória/ES e São Paulo/SP e MAX – Minas Gerais Audiovisual Expo e SIM São Paulo, eventos do audiovisual, realizados, respectivamente, em Belo Horizonte/MG e São Paulo/SP. Podem participar da seleção pessoas jurídicas (Mei, ME ou EPP), sediada e com atuação comprovada em Salvador há 2 anos pelo menos e com o CNPJ sem inadimplência com o SEBRAE/BA.

[Saiba mais](#)

Inscrições até 27/09/2026

OURO NEGRO 2027

Governo da Bahia

O edital objetiva selecionar 138 projetos culturais de instituições culturais de matrizes africanas (afros, afoxês, samba, reggae e blocos de indios), para apresentações no Carnaval da Bahia e em Festas Populares de todo o estado. Podem participar da seleção pessoas jurídicas, sendo agentes culturais com sede e atuação no estado há 3 anos pelo menos. O valor do patrocínio por proposta varia entre R\$ 30 mil e R\$ 1 milhão e o valor global do edital é R\$ 17 milhões.

[Saiba mais](#)

Inscrições até 08/10/2026

CARNAVAL NO PELÔ 2027

Governo da Bahia

O edital objetiva selecionar 87 propostas culturais para comporem a programação artística do carnaval no Centro Histórico de Salvador, nas seguintes modalidades: Projeto 3 artistas, microtrio, nanotrio, show musical em palco, baile infantil, orquestra, bandinha de percussão, bandão de sopro e percussão, bandinha de sopro e percussão e performances. Podem participar da seleção pessoas físicas e pessoas jurídicas, residentes/sediadas na Bahia há 2 anos pelo menos. O valor do patrocínio por proposta varia entre R\$ 15 mil e R\$ 60 mil e o valor global do edital é R\$ 3 milhões.

[Saiba mais](#)

Inscrições até 13/10/2026

PROJETO CULTURAL | Parcerias

Parceiro » pode contribuir com:

*Recursos; Conhecimento; Infraestrutura;
Divulgação; Serviços; Apoio técnico etc*

» não deve determinar:

*A narrativa cultural; Os rituais; As decisões da comunidade;
Os modos de fazer; A forma como a comunidade será representada.*

PARCERIA = COOPERAÇÃO + RESPONSABILIDADE + AUTONOMIA

ÉTICA | Comunicação

Ação Cultural » comunicação deve ser

Construída com a comunidade; Respeitosa;
Contextualizada; Não estereotipada; Acessível;
Coerente com os valores e identidades locais.

Não se comunica sobre a comunidade
sem considerar a comunidade.

COMUNIDADE + EQUIPE → CONSTROEM A COMUNICAÇÃO

ÉTICA | Registro e Divulgação



Posso Fotografar, Filmar e Divulgar tudo?
É necessário *considerar*:

Consentimento;
Autorização;
Autoria;
Contexto;
Dignidade;
Uso da imagem e da voz;
Regras comunitárias.

« **Inventário**
Patrimônio Arquitetônico.
Ilha do Ferro, Pão de Açúcar/AL. 2024-2025.

ÉTICA | Registro e Divulgação

Posso Fotografar, Filmar e Divulgar tudo?

Autorização coletiva, exigência em:

·
*Em determinados casos,
conhecimentos coletivos,
rituais e expressões culturais etc*

Nem tudo que pode ser registrado deve
ser divulgado!



Inventário

Patrimônio Arquitetônico.

Ilha do Ferro, Pão de Açúcar/AL. 2024-2025.



RESULTADOS DA AÇÃO | Avaliação

Avaliação » **não é** só contar público.

» deve incorporar a **percepção** da própria comunidade.



Kariri-Xocó, Porto Real do Colégio/AL.

O que foi realizado?

Quem participou?

O que funcionou?

O que não funcionou?

O que a comunidade achou?

Quais benefícios foram gerados?

Quais problemas surgiram?

O que precisa ser ajustado?

RESULTADOS DA AÇÃO | Prestação de contas

Prestar contas » **não é** apenas uma exigência burocrática.
» significa demonstrar

O que foi realizado;

Como os recursos foram utilizados;

Quais resultados foram alcançados;

Quais dificuldades ocorreram;

Quais responsabilidades foram cumpridas.

TRANSPARÊNCIA + RESPONSABILIDADE + CONFIANÇA

SUSTENTABILIDADE

Sustentabilidade » Ação Cultural
criar condições para sua continuidade.

» Dimensões

Social: participação, apropriação comunitária e fortalecimento dos vínculos.

Institucional: gestão, organização, parcerias e capacidade de continuidade.

Econômica: recursos, geração de renda e diversificação das fontes.

Comunicacional: visibilidade, comunicação responsável e relação contínua com os públicos.



Companhia de Bordados de Entremontes, Piranhas/AL.

Valorizar a cultura é gerar oportunidades preservando o protagonismo e a autonomia das comunidades.

OBRIGADO



Secretaria de Estado da
Cultura e Economia Criativa



ESTADO DE
ALAGOAS



POLÍTICA NACIONAL
ALDIR BLANC
DE FOMENTO À CULTURA

MINISTÉRIO DA
CULTURA

